

附件 1

东莞城市学院高等学历继续教育
专业增设申请表（非国控专业）

学校名称（盖章）：东莞城市学院

学校主管部门：广东省教育厅

专业名称：市场营销

专业代码：120202

所属专业门类或专业大类：管理学

修业年限：2.5 年

学习形式：函授/业余

培养层次：专升本

申请时间：2022 年 1 月 7 日

专业负责人：罗卫国

联系电话：13580899070



目录

1. 专业增设申请表
2. 增设专业的理由和基础
3. 增设专业人才培养方案
4. 增设专业专任教师情况
5. 增设专业计划开设的主要课程
6. 增设专业基本办学条件
7. 人才培养方案专家审议意见表

填表说明

1. 申请表限用 A4 纸张打印并装订成册（各专业分别装订）；
2. 所有表格均可另加页；
3. 本表内容应真实、准确。

1. 专业增设申请表

专业代码	120202	专业名称	市场营销
学习形式	函授/业余	培养层次	专升本
修业年限	2.5年	现有专业 (个)	45
学科门类(本科)或专业大类(专科)	管理学	本校已设的相近专业及开设年份	市场营销 2014年
拟首次招生时间及招生数	2022年 100人	五年内计划 发展规模	500人
学校专业设置 评议专家组 评议意见	<p>该专业新增成人教育“市场营销”与该校的办学定位、专业建设规划相符合，同时能够促进学校教育规模发展，满足经济社会发展对专业人才的需求，符合我校专业发展的规划，同意增设。</p> <p style="text-align: right;">(主任签字)  2022年1月28日</p>		
学校意见	<p style="text-align: center;"> (校长签字)</p> <p style="text-align: right;"> 学校(盖章): 2022年1月28日</p>		
省级 教育 行政 部门 意见	盖章: 年 月 日		

注：专业代码按《办法》规定的专业目录填写。

2. 增设专业的理由和基础

(包括申请增设专业的主要理由、专业筹建情况、学校专业发展规划及人才需求预测情况等方面的内容)

一、增设专业的主要理由

随着中国经济的快速发展和改革开放的不断深化,市场营销理念正在向社会各个领域迅速渗透。市场营销已从过去作为各类工商企业管理的一项重要职能发展转变成成为现代企业管理的核心职能与各类企业的主要活动,而且受到各行业的高度重视,并在不同行业中迅速扩展。

企业的生存必须依赖于市场和社会需求,而市场营销是联结社会需求与企业反应的中间环节,是企业用来把消费者需求、市场机会变成有利可图的公司机会的一种行之有效的方法。在经济发展的过程中自然需要大量高素质的市场营销人才,这就为市场营销专业提供了广阔的发展前景,市场营销也成为需求最旺盛的专业之一。从岗位的水平来看,需要高层、中层和基层三类营销人才。中层营销人才是企业产品营销策略的制定、组织和实施者,目前这类人才的需求比例逐渐上升。基层营销人才是向中间商、消费者宣传推销产品的一线营销人员,这类人才的市场需求量较大,但是进入门槛不高,可替代性较强。从供求总量看,市场营销人才供求基本趋于平衡,但其职位供求存在一定的矛盾,主要表现为结构性供给短缺。首先,在一些新兴行业和业务领域,营销人才匮乏。如汽车营销人才、网络营销人才、金融营销人才等缺口很大,原因在于这些行业往往要求营销人才要具备相应的行业知识、产品知识和技术知识。其次,广大营销求职者和从业人员素质能力低,不能满足岗位职责的要求。目前在数以千万计的营销大军中,80%的营销人员缺乏系统的营销知识和专业技能训练,素质、能力、学历普遍低。

高素质、高技能的营销人才严重缺乏,为成人教育市场营销专业的建设和发展带来了巨大的机遇。成人教育是我国教育体系中的重要组成部分,是终身教育体系的有机组成。随着社会竞争环境的日趋激烈,人们持续学习的意愿愈加强烈,成人市场营销专业的开设有助于培养更多的高素质专业人才,在一定程度上缓解市场营销人才的

供需矛盾。

基于这样的发展契机，我校根据国家职业教育方针政策和市场的实际需求，培养市场急需的营销方面的专业技术人才。经过市场分析论证、社会调查研究和学校领导讨论，一致认为营销专业具有良好的发展前景，我校具备申报成人营销专业的各项条件，成人营销专业申报成功将为社会培养更多的亟需的优秀营销人才。

二、设置成人营销本科专业的可行性

我校具有良好的办学条件（目前本科已有营销专业），师资力量充足，教学设施完善，实验设备先进。具体情况如下：

（一）相关专业办学情况

1、营销本科专业办学历史

我校营销专业于 2014 年经教育部批准正式招收本科生；2018 年 4 月通过广东省学士学位授权评审。目前，营销专业共培养学生 628 人，其中在校生 296 人，已毕业学生 332 人。营销专业遵循我国高等院校本科人才的培养规律，落实“以人为本”的科学发展观，积极主动地适应“国内市场国际化，国际竞争本土化”新环境对营销人才的新要求，走产学研结合发展道路的办学方针，为社会经济建设和发展培养了一批掌握营销基本理论和技能、富有社会责任感、具有实践能力和创新创业能力的应用型人才。

该专业从办学之初，就采取了“3+1”的人才培养模式，通过跟美宜佳、东莞嘉荣、百盛中国（广东）、东莞格力、沃尔玛（东莞）等企业合作，创建了多个创新创业特色班，培养大量的企业接班人与创业者；由于重视学生专业知识和实践能力的培养，学生在校期间从事各种创新创业实践，积极参与科研和技能竞赛，获得了“挑战杯”、“大学生企业经营模拟沙盘竞赛”、“互联网+大学生创新大赛”、“广东省大学生职业规划大赛”等 20 余项奖项。

2、专业办学定位

营销专业立足东莞及粤港澳大湾区建设需要，旨在培养具有开拓进取精神、

扎实的专业知识、较强的实践能力，有良好的职业道德，能够从事商品（或服务）的营销业务与管理工作的高素质高技能型营销应用人才。

3、师资队伍建设情况

学校教学条件良好，师资力量充足，该专业已经形成了一支理论教学和实践教学经验丰富、实力较强、老中青相结合、具有开拓创新精神的教学团队。建设至今，市场营销专业已形成一支职称、学历、年龄结构合理的、教学水平较好的、较为稳定的师资队伍。目前可承担市场营销专业基础课和专业课教学任务的教师 16 人，其中教授 1 人，副教授 4 人，讲师 4 人，助教 7 人（5 人拥有丰富的企业从业经验），其中有博士学位的教师 2 人，硕士学位教师 13 人。（详见师资情况表）

4、教学条件

学院当前已经建成了工商管理实验室、物流管理实验室、人力资源管理实训室、跨专业综合实验室等，已依托工商管理综合实训，植入了市场营销实训软件，校内实践教学方面，实验开出率达到 100%，综合性实验占比达到 63.6%，且新零售网络直播实训室正在积极筹建中，此外，建成包括东莞格力、广东嘉荣、百盛集团、美宜佳等企业在内的 6 个实习基地，组建了多个校企联合合作教学班，形成了较为丰富的实践教学社会资源，共送出实习学生 400 余名，取得了较好的效果，提升了本专业人才培养的市场综合竞争力。目前正在与厚街会展业、家具业，寮步汽车销售和服务等项目进行洽谈，有望形成相应的会展营销和策划培养、家具营销、汽车营销等校企合作特色班。

重视教材选择、教学案例、教学大纲、试题库建设、实践教学、校内外实习资源配置等方面工作，建立了符合国家标准、紧跟社会需求、兼顾地区发展的科学的课程体系，建成了各理论教学课程的课件库，实现了专业教师教学案例及视频资源共享。学校图书馆购买了知网、博看网畅销期刊数据库、Emerald 全文期刊库（管理学）等数据库，拥有市场营销类书籍万余册，特别近几年购买了相当数量的新版中外文专业书籍，订阅了相应的专业期刊杂志，基本能满足师生相关专业学习和研究的需要。

（二）学校专业发展规划

以科学发展观为指导，以就业为导向，以能力为本位，以市场营销岗位需要为依

据，面向区域制造业、批发零售业、商业、服务业等行业，培养具备分析、解决市场营销实际问题能力的高素质应用型人才。

根据学校的发展要求，计划在 2022 年开始招收成人市场营销专业，首次招生规模为 100 人，计划在五年内的学生规模达到 500 人。

三、市场营销专业人才需求调查报告

为了将学生培养成理论到位、技术技能系统实在的高素质应用型人才，市场营销教研室教师深入美宜佳、百胜集团、嘉荣有限公司等企业进行调研，与企业领导及员工进行沟通交流，在此基础上，通过问卷调查，深入了解了企业的用人需求。

1、市场营销专业人才主要就业岗位分析

企业对市场营销人才的需求呈现出通用化向专门化转变的趋势。在蓬勃发展、市场不断扩张的进程中，企业为了更有效地开发和管理分散在各地的市场，急需大量具备区域市场开拓和管理能力的营销专门人才。

经调查发现，企业在录用市场营销人才时，对学历的要求方面，选择本科的企业居多，占样本总数的 61.3%，选择高职高专次之，占 51.6%，可见市场营销专业的本科生及高职高专生较容易在企业单位找到工作。具体情况见表 1。

表 1：企业更喜欢录用的市场营销人才学历分析表

学历	所占比例 (%)
中职	8.1
高职高专	51.6
本科	61.3
研究生	9.7
其他	11.3

在中华英才网的十大职场人气排行榜上，销售代表排名第一，区域销售经理排名第二。市场营销专业培养的人才主要就任于企业的市场营销管理部门的助理、策划专员、经理等岗位；销售及销售管理部门的销售代表、市场推广专员、经理等岗位；服务及服务管理部门的客户专员、经理等岗位。

调查发现,企业能为市场营销专业人才提供的岗位较多。其中愿意为营销专业毕业生提供营销管理岗位的用人单位最多,占64.5%;其次是市场开发,占56.5%;然后是推销员和营销策划,均占37.1%。比例较少的是广告策划、连锁经营管理和其他岗位,分别只占16.1%、19.4%和8.1%。总体上看,企业为市场营销专业人才提供的岗位和需求量比较理想。具体情况见表2。

表2: 企业为市场营销专业人才提供的岗位分析表

岗位	所占比例 (%)
推销员	37.1
市场调研	27.4
营销策划	37.1
营销管理	64.5
广告策划	16.1
连锁经营管理	19.4
市场开发	56.5
其他	8.1

此外,现在的企业对市场营销人才的要求已不只是看重专业知识,对人才各方面的要求也都是很高,需要综合能力高的复合型人才。营销科学是从国外引入的“舶来品”,目前国内企业整体的市场营销水平还比较低。企业的市场营销人员大部分都是从其他专业或行业发展过来的,很多高级市场营销管理人员也没有接受过系统的营销知识培训和学习,做市场完全靠的是他们的经验和对行业发展前景的感觉,市场运作的科学性、系统性不强。这种状况已经难以适应国内、国际不断提高的市场竞争水平。因此,企业急需那种具备系统营销知识和技能的人才,特别是高级市场策划和管理人员。

2、企业对市场营销人才培养的要求

(1) 要有良好的职业道德与敬业精神

资深人力资源管理人员认为:营销员多为单独行动,常处于一种无人直接管理的工作状态之中,并且他们的工作多与物、财打交道,又无人监督,营销员只有严于律己

己、具有良好的职业道德，才能赢得各方面的信任。从基层做起的就业意识也很重要，因为如果没有一线工作的经验和经历是很难做好管理工作的。因此企业在选聘人才时特别看重人品。一般在招聘中，首要的要求是学生思想品德好，诚信守纪，爱岗敬业，学会做人，安心一线工作，不断进取。

(2) 要有过硬的身心素质

营销人员几乎天天面对激烈的市场竞争，工作强度大，又经常面对失败，所以企业一般对学生的身心素质要求是：健康的体魄，能承受一定的劳动强度；心理素质良好，自我控制与协调能力强，意志坚定，要有对挫折的承受能力，充满自信心。营销是与人打交道的职业，因此较高的人文素养、良好的人际交往能力，主动服务的意识也成为企业对营销人员的切实要求。

(3) 具备一定的专业知识和动手能力

现代企业对营销人员的要求不仅仅是能销售产品，而是包括了很多方面，例如具备计算机、英语等通用基本知识和技能，统计、沟通、消费心理分析、客户关系管理等专业基础知识和技能以及信息收集、推销谈判、营销策划、组建销售团队、构建维护销售网络、销售管理等营销核心知识和技能。营销人员具备了较为全面的专业能力才能应对瞬息万变的市场，使企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。另外、现代企业在效率之上，希望毕业生能够毕业即能上岗，上岗即能操作，熟悉业务流程，掌握基本的业务工作技巧的毕业生常能得到企业的青睐。

根据以上情况分析，成人市场营销专业有市场需求，是受成人学员欢迎的好专业。

3. 增设专业人才培养方案

包括培养目标、基本要求（素质要求、能力要求、知识结构要求）、修业年限、主干学科、主要课程、主要实践性教学环节和主要专业实验、教学计划等内容

一、培养目标

本专业面向区域制造业、批发零售业、商业、服务业等行业，培养具有良好的职业道德、管理人员综合素质，掌握经济学、管理学和市场营销学等市场营销专业的基本理论、基本知识，具备客户关系管理、网络营销、广告策划、市场调研等基本技能，熟练掌握现代市场营销的技术及工具，具备分析、解决企业市场营销实际问题能力的高素质应用型人才。

二、规格要求

1. 培养坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪，具有良好的政治素质、文化修养、职业道德、服务意识、健康的体魄和心理。
2. 具有较强的语言文字表达、收集处理信息、获取新知识的能力。具有良好的团结协作精神和人际沟通、社会活动等基本能力。
3. 掌握英语基本知识，具有较强的阅读、翻译能力和一定的口头交流能力。具有较强的计算机应用能力，能熟练地运用常用办公软件，能通过网络开展本专业的相关业务。
4. 掌握管理学、经济学和市场营销学的基本理论、基本知识和专业操作技能。
5. 熟悉市场营销活动过程；熟悉我国市场营销的有关方针、政策、法规；了解本学科的理论前沿、发展动态和国际市场营销的惯例和规则。
6. 熟练掌握市场营销过程中常用的定性、定量分析方法，能够进行市场调研，设计市场营销方案，具有分析、解决企业一般市场营销问题的能力。
7. 具有运用文字、图表和信息网络技术等进行表达和交流的基本能力；具有组织

管理、商务谈判和营销策划能力；能够应用市场营销相关理论和方法分析并解决企业市场营销实践问题。

8. 具有国际视野和胸怀天下的素质；具有分析和解决企事业单位市场营销实际问题的专业素质；系统掌握市场营销专业基础知识，具备发现组织管理和营销问题的敏锐性和判断力。

9. 具有较强的创新精神、创业意识和一定的自主创业能力。

三、课程体系：

1. 总体框架

由“公共课、专业课、能力拓展课”组成课程体系，在注重理论知识讲授质量提升的同时，也要增强实践能力，达到人才培养要求，努力提高学生综合素质。

课程类别	学分/学时	占课程体系学分比例%
公共课	20/320	23%
专业课	45/720	51.7%
能力拓展课	22/384	25.3%
合计	87/1424	100%

2. 课程设置

本专业共设 24 门课程（含毕业论文）其中公共课 5 门，专业课 14 门，拓展课 5 门（含毕业论文）。具体课程见教学安排计划表。

3. 考核方式

课程考核采取考试和考查两种形式，根据教学的实际过程结合课程的特点，选择考核形式，考试成绩按百分制记分。

四、主干课程及专业核心课

1. 主干课程

管理学原理、西方经济学、市场营销学、消费者行为学、营销策划、品牌管理、客户关系管理、连锁经营管理、广告策划与管理、销售管理、市场调查与预测、商务谈判、网络营销、国际市场营销等。

2. 专业核心课

市场营销学、消费者行为学、品牌管理、客户关系管理、连锁经营管理、广告策划与管理、销售管理、营销策划。

五、主要实践性教学环节和主要专业实验

市场营销学、消费者行为学、广告策划与管理、营销策划、市场调查与预测、商务谈判等课程设置了实践性教学环节。

六、毕业标准与学位授予

1. 毕业标准

修业期满，符合国家和学院相关规定，修读完人才培养方案规定的课程，成绩合格，获得应修学分，可以获得国家承认学历的专升本毕业证书。

2. 学位授予条件

修业期满，符合学位授予条件，授予管理学学士学位。

七、支持服务

依托我院全日制的教学条件、师资力量，开发面向社会在职生源的线上课程教学资源，并结合校内面授，开展成人函授本科教育，以保证人才培养的质量。

八、教学运行表

具体见教学安排计划表。

市场营销专业教学安排计划表（函授）

课程性质	课程名称	学分	总学时	学时分配			授课学期					考核方式	备注
				自学	面授	实践	一学期	二学期	三学期	四学期	五学期		
	马克思主义基本原理概论	3	48	32	16			3				考试	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	42	22			4				考试	
公共课	形势与政策	2	32	20	12		2					考试	
	大学计算机	3	48	32	16		3					考试	

	大学英语	8	128	86	42		2	2	2	2		考试	
	小计	20	320	212	108	0	7	9	2	2	0		
专业课	管理学原理	3	48	32	16		3					考试	
	西方经济学	4	64	48	16		4					考试	
	市场营销学	4	64	40	16	8	4					考试	
	消费者行为学	4	64	32	24	8		4				考试	
	客户关系管理	3	48	32	16			3				考试	
	连锁经营管理	3	48	32	16			3				考试	
	广告策划与管理	3	48	32	8	8		3				考试	
	销售管理	3	48	32	16				3			考试	
	营销策划	3	48	32	8	8			3			考试	
	市场调查与预测	3	48	32	8	8			3			考试	
	商务谈判	3	48	32	8	8				3		考试	
	网络营销	3	48	32	16					3		考试	
	品牌管理	3	48	32	16					3		考试	
	国际市场营销	3	48	32	16				3			考试	
	小计	45	720	472	200	48	11	13	12	9			
能力拓展课	社群营销	3	48	32	16				3			考查	
	商务礼仪	2	32	20	12				2			考查	
	直播营销与运营	3	48	32	16					3		考查	
	人力资源管理概论	4	64	48	16					4		考查	
	毕业论文	10	192	128	64						10		
	小计	22	384	260	124	0	0	0	5	7	10		
	合计	87	1424	944	432	48	18	22	19	18	10		

市场营销专业教学计划安排运行表（业余）

课程性质	课程名称	学分	总学时	学时分配			授课学期					考核方式	备注
				自学	面授	实践	一学期	二学期	三学期	四学期	五学期		
公共课	马克思主义基本原理概论	3	48	24	24		3					考试	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	32	32		3					考试	
	形势与政策	2	32	16	16			2				考试	
	大学计算机	3	48	40	40			5				考试	
	大学英语	8	128	64	64		2	2	2	2		考试	
小计		20	320	176	176		8	9	2	2			
专业课	管理学原理	3	48	32	16		3					考试	
	西方经济学	4	64	32	24		4					考试	
	市场营销学	4	64	32	24	8	4					考试	
	消费者行为学	4	64	32	24	8		4				考试	
	客户关系管理	3	48	24	24			3				考试	
	连锁经营管理	3	48	24	24			3				考试	
	广告策划与管理	3	48	24	16	8		3				考试	
	销售管理	3	48	24	24				3			考试	
	营销策划	3	48	24	16	8			3			考试	
	市场调查与预测	3	48	24	16	8			3			考试	
	商务谈判	3	48	24	16	8				3		考试	
	网络营销	3	48	24	24					3		考试	
	品牌管理	3	48	24	24					3		考试	
国际市场营销	3	48	24	24				3			考试		
小计		45	720	368	296	48	11	13	12	9	0		
能力	社群营销	3	48	24	24				3			考	

拓展课												查	
	商务礼仪	2	32	16	16				2			考查	
	直播营销与运营	3	48	24	24					3		考查	
	人力资源管理概论	4	64	32	32					4		考查	
	毕业论文	10	192	96	96						10		
小计		22	384	192	192	0	0	0	5	7	10		
合计		87	1424	736	664	48	19	22	19	18	10		

4. 增设专业专任教师情况

序号	姓名	性别	年龄	专业技术职务	第一学历 毕业学校、 专业、学位	最后学历 毕业学校、 专业、学位	现从事 专业	拟任 课程	专职 / 兼职
1	罗卫国	男	58	教授	江西大学 政 治经济学 学士	江西大学 政 治经济学 学士	经济学	西方经 济学	专职
2	罗芳	女	36	讲师	重庆三峡学 院 旅游管理 学士	湘潭大学 旅 游管理 硕士	市场营 销、人力 资源管	商务礼 仪	专职
3	许倩	女	39	副教授	英国女王大 学 管理学 学士	英国女王大 学 金融学 硕士	市场营 销	市场营 销学	专职
4	沈圣伦	男	37	副教授	台湾致远管 理学院 医务 管理学 学士	台湾元智大 学 E化与服务科学 博士	市场营 销	消费者 行为学	专职
5	袁伟	男	38	讲师	中南财经政 法大学 金融 学	中南财经政 法大学 工商 管理 硕士	市场营 销	市场调 查与预 测	专职
6	熊瑛	女	38	讲师	西安美术学 院 装饰艺术 学士	泰国正大管 理学院 旅游 管理 博士	市场营 销	网络营 销	专职
7	叶荣杰	男	34	助教	华侨大学 通 信工程 学士	暨南大学 旅 游管理 硕士	市场营 销	营销策 划	专职
8	马夏娜	女	33	\	广东外语外 贸大学 英语 教育 学士	暨南大学 旅 游管理 硕士	市场营 销	连锁经 营管理	专职
9	方雪梅	女	28	\	东莞理工学 院城市学院 工商管理 学士	澳门科技大 学 管理学 硕士	市场营 销	销售管 理	专职

10	肖慧君	女	43	\	北京大学光华管理学院 工商管理	北京大学光华管理学院 工商管理 硕士	市场营 销	品牌管 理	专职
11	康美妮	女	37	助教	湖南农业大 学 商务英语 学士	澳大利亚卧 龙岗大学 经 济学 硕士	市场营 销	促销管 理	专职
12	史策	男	30	\	北京师范大 学香港浸会 大学联合国 国际学院 会 计学 学士	澳大利亚悉 尼科技大学 市场营销 硕 士	市场营 销	客户关 系管理	专职
13	贾瑶	女	29	\	陕西财经大 学 经济学 学士	北京理工大 学 应用经济 学 硕士	市场营 销	国际市 场管理	专职
14	贺冬怡	女	42	副教授	北京理工大 学 工商管理 学士	北京理工大 学 管理科学 与工程 硕士	人力资 源管理	人力资 源管理 概论	兼职
15	罗萧	男	49	讲师	首都师范大 学 生物教育 学士	广东工业大 学 企业管理 硕士	工商管 理	管理学 原理	兼职
16	蒋明华	男	43	副教授	广东外语外 贸大学 企业 管理 学士	广东外语外 贸大学 企业 管理 硕士	工商管 理	管理学 原理	兼职

5. 增设专业计划开设的主要课程

序号	课程名称	课程总学时	课程周学时	授课教师	授课学期
1	管理学原理	48	3	许倩、肖慧君	1
2	西方经济学	64	4	罗卫国、贾瑶、康美妮	1
3	市场营销学	64	4	许倩、贾瑶、沈圣伦	1
4	消费者行为学	64	4	沈圣伦、肖慧君	2
5	客户关系管理	48	3	袁伟、史策	2
6	连锁经营管理	48	3	马夏娜、方雪梅	2
7	广告策划与管理	48	3	许倩、袁伟	2
8	销售管理	48	3	方雪梅、康美妮	2
9	营销策划	48	3	叶荣杰、马夏娜	3
10	市场调查与预测	48	3	袁伟、叶荣杰	3
11	商务谈判	48	3	袁伟、肖慧君	3
12	网络营销	48	3	熊瑛、康美妮	4
13	品牌管理	48	3	方雪梅、肖慧君	4
14	国际市场营销	48	3	贾瑶、史策	3

6. 增设专业基本办学条件

专业名称	市场营销			开办经费	355.99 万		
申报专业副高及以上职称（在岗）人数	5	其中该专业专职在岗人数	12	其中校内兼职人数	4	其中校外兼职人数	0
可用于新专业的教学图书（万册）	2.52	可用于该专业的教学实验设备（千元以上）	204（台/件）		总价值（万元）	102	
序号	主要教学设备名称（限 20 项）		型号规格	台（件）	购入时间		
1	服务器		DELL R720 Intel Xeon E5-2609/内	1	2013		
2	台式电脑		HP Pro 3380MT Core i5-3470/4G/500	120	2014		
3	48 口千兆交换机		H3C S5048	3	2013		
4	网络机柜		金盾	1	2013		
5	多媒体中控系统		SVS 讯控	2	2013		
6	电脑桌椅		佳辰	60	2013		
7	音响系统		杜比	2	2014		
8	功放		杜比	1	2014		
9	无线话筒		TAKSTAR	1	2014		
10	投影机		松下 PT-X351C	2	2014		
11	投影幕		红叶 120 寸	2	2014		
12	因纳特校园电商网络平台		因纳特 V5.01	1	2014		
13	因纳特电商视觉营销系统		因纳特 V5.01	1	2014		
14	因纳特网络营销技能实训系统		因纳特 V5.01	1	2014		
15	因纳特创业先锋实战演练系统		因纳特 V4.0	1	2014		
16	因纳特连锁加盟创业训练系统		因纳特 V4.0	1	2014		
17	因纳特创业先锋学习管理平台系统		因纳特 V4.0	1	2014		
18	工商管理综合实训平台		因纳特 V4.0	1	2014		
19	经营决策模拟教学平台		因纳特 V4.0	1	2014		
20	企业竞争模拟平台		南京校研科技	1	2014		

7. 人才培养方案专家审议意见表

审议专业	市场营销	
<p>审议意见：（建议从培养目标、培养规格、课程设置、专业特色、新工科新文科理念的体现、职业伦理与课程思政等方面提出审议意见。）</p> <p>专家组在认真听取学校汇报、考察实训场地设备、审查人才培养方案、课程体系以及师资队伍建设等方面情况的基础上，经过充分讨论，形成了对该校新增成人教育“市场营销”专业的初步论证意见：一是该校新增专业符合人才市场需求；二是该校新增专业有利于加强学校专业建设；三是该校新增专业人才培养目标定位准确，人才培养方案科学合理；四是该校师资队伍能满足新增“市场营销”专业教学需要；五是该校硬件设施条件能够满足专业设置需求。</p> <p>论证结论：该校新增成人教育“市场营销”专业与该校的办学定位、专业建设规划相符合。该校新增成人教育“市场营销”专业能够促进学校教育规模发展，满足经济社会发展对专业人才的需求。该校新增成人教育“市场营销”专业培养目标明确，课程体系设置科学合理，拥有较强的专业教学师资队伍，实训设备和场地设施满足专业教学需求。</p>		
专家姓名	工作单位、职称	签名
罗卫国	东莞城市学院 教授	罗卫国
帅建华	东莞理工学院 教授	帅建华
许倩	东莞城市学院 副教授	许倩
牛文学	惠州学院 副教授	牛文学
王兴	东莞职业技术学院 副教授	王兴

注：各高校专业评议专家组人数，原则上不少于5人。